

PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *SERVICE QUALITY*,
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA PENGGUNA *SMARTPHONE*
OPPO DI SURABAYA



OLEH:
MARTINUS MAXIMILLIAN SUNUR
3103016051

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATHOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020

PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *SERVICE QUALITY*,
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA PENGGUNA *SMARTPHONE*
OPPO DI SURABAYA

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:
MARTINUS MAXIMILLIAN SUNUR
3103016051

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *SERVICE QUALITY*,
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA PENGGUNA *SMARTPHONE*
OPPO DI SURABAYA

Oleh:
MARTINUS MAXIMILLIAN SUNUR
3103016051

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM.

NIDN. 0704046001

Tanggal:

Pembimbing II,



Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB.

NIDN. 0701079401

Tanggal:

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Martinus Maximillian Sunur, NRP 3103016051

Telah diuji pada tanggal 10 juli 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. A. Y. Jan Wellyan TP, SE., M.Si.

NIDN. 0716035701

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA. Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc.

NIDN. 0713097203

NIDN. 0703087902

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Martinus Maximillian Sunur

NRP : 3103016051

Judul Skripsi : PENGARUH PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, DAN BRAND IMAGE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION PADA PENGGUNA SMARTPHONE OPPO DI SURABAYA

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya, Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 10 Juni 2020

Yang menyatakan,



(Martinus Maximillian Sunur)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat perlindungan, penyertaan dan kasih Karunia-Nya, sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini ditulis sebagai persyaratan yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Jurusan Manajemen atas segala didikan sejak penulis menjadi mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA, CPA. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Dominicus Wahyu Peradana, SE., MM. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Drs. Ec.Yulius Koesworo, MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan serta arahan dan masukan bagi kelancaran penulisan skripsi ini.
5. Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan serta arahan dan masukan bagi kelancaran penulisan skripsi ini.
6. Dr. Christina Esti Susanti, S.E., M.M., CPM(AP) selaku Dosen Wali penulis yang telah membimbing selama proses kuliah.
7. Bapak dan Ibu staf Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang ikut membantu kelancaran proses penulisan skripsi ini.
8. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama studi penulis.

9. Asisten dosen laboratorium Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang ikut membantu kelancaran penulisan skripsi hingga akhir.
10. Papa, mama, adik dan saudara tercinta yang telah memberikan banyak dukungan baik secara moral dan material terlebih doa dan kasih sayang, sehingga penulis telah dihantarkan hingga kelulusan.
11. Sahabat dan teman seperjuangan penulis dari awal semester Vincentius Ranggadika, Joshua Giovanni, Leonard Tanjung, Steven, Dicky yang telah memberikan dukungan, masukan, dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Seluruh teman dan pihak-pihak berkepentingan yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya.

Penulis menyadari akan adanya kekurangan dalam penyusunan penelitian skripsi ini, untuk itu segala kritik dan saran akan penulis terima demi perbaikan skripsi ini. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat bagi para pembaca.

Surabaya, Juni 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
 BAB 1. PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	8
 BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	 10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	10
2.1.2 <i>Product Quality</i>	11
2.1.3 <i>Service Quality</i>	12
2.1.4 <i>Brand Image</i>	14
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i>	15
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Pengembangan Hipotesis	18
2.3.1 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.3.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.3.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.3.4 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	19
2.4 Model Penelitian	20
 BAB 3. METODE PENELITIAN.....	 21
3.1 Desain Penelitian.....	21
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	21
3.2.1 Identifikasi Variabel	21
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	22
3.2.3 Pengukuran Variabel.....	25
3.3 Jenis dan Sumber Data	25
3.4 Alat dan Metode Pengumpulan Data	26
3.5 Populasi dan Sampel	26
3.5.1 Populasi.....	26

3.5.2 Sampel	27
3.6 Teknik dan Analisis Data	28
3.6.1 Uji Validitas	28
3.6.2 Uji Reliabilitas	28
3.6.3 Uji Normalitas.....	29
3.6.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	29
3.6.5 Uji Kecocokan Model Struktural	31
3.6.6 Uji Hipotesis	31
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Umum Responden Penelitian	32
4.2 Deskripsi Data.....	33
4.3 Hasil Analisis Data.....	38
4.3.1 Uji Normalitas	38
4.3.2 Uji Validitas	40
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	41
4.3.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	42
4.3.5 Uji Kecocokan Model Struktural	43
4.3.6 Uji Hipotesis.....	44
4.4 Pembahasan.....	45
4.4.1 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	45
4.4.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	45
4.4.3 Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	46
4.4.4 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> ...	47
BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	48
5.1 Simpulan	48
5.2 Keterbatasan	49
5.3 Saran.....	49

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Pendapatan Neto OPPO.....	4
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1. Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	30
Tabel 4.1. Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4.2. Usia	33
Tabel 4.3. Pekerjaan.....	33
Tabel 4.4. Interval Rata-rata Setiap Variabel.....	34
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>	34
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	35
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	36
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	37
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	37
Tabel 4.10. <i>Univariate</i> dan <i>Multivariate Normality</i>	38
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.13. Hasil Uji Kecocokan Model Keseluruhan	42
Tabel 4.14. <i>Standardized Regression Weights</i>	43
Tabel 4.15. Hasil Uji Hipotesis	44

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Data Pertumbuhan Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia.....	3
Gambar 1.2. Oppo A9 2020	5
Gambar 1.3. Oppo F11 pro.....	5
Gambar 2.1. Model Penelitian	20

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Hasil Kuesioner
- Lampiran 4. Deskripsi Karakteristik Responden
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Uji Validitas
- Lampiran 7. Uji Reabilitas
- Lampiran 8. Uji Kecocokan Model Keseluruhan
- Lampiran 9. Uji Kecocokan Model Struktural dan Uji Hipotesis
- Lampiran 10. Hasil *Output* AMOS

ABSTRAK

Masyarakat Indonesia masa kini ternyata semakin senang dengan aktivitas yang menggunakan internet. Oppo Electronic Corp, LTD berdiri pada tahun 2004 di Dongguan, Guangdong, Tiongkok. Ketika memasuki era keemasan Android, Oppo mulai melakukan pengembangan di ponsel yang memiliki keunggulan pada kameranya. Oppo masuk ke Indonesia pada tahun 2013. Oppo hadir dengan konsep yang berbeda yaitu dengan konsep premium dengan spesifikasi yang sangat bagus. Namun Oppo tidak hanya memproduksi *smartphone* yang berkelas premium saja. Saat masuk ke Indonesia Oppo sudah menyiapkan beberapa tipe yang dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Sehingga penelitian ini memiliki tujuan untuk meneliti Pengaruh *Product Quality*, *Service Quality*, *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* Pada Pengguna *Smartphone* OPPO di Surabaya.

Teknik analisis yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebesar 170 responden yaitu pengguna *smartphone* OPPO di Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equations Modeling* (SEM) dengan menggunakan program *Analysis of Moment Structure* AMOS.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*.

Kata kunci: *product quality*, *service quality*, *brand image*, *customer satisfaction*, *customer loyalty*.

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, AND
BRAND IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER
SATISFACTION ON SMARTPHONE USERS
OPPO IN SURABAYA**

ABSTRACT

Indonesian people are more interest with activities that use the internet on this day. Oppo Electronic Corp., LTD was founded in 2004 in Dongguan, Guangdong, China. When launching the golden era of Android, Oppo began to develop on mobile phones that have advantages in their cameras. The opposition entered Indonesia in 2013. The opposition came with a different concept from a premium concept with very good specifications. But Oppo doesn't only produce premium-class smartphones. When entering Indonesia Oppo has prepared several types that can target the whole society. Product Quality, Service Quality, Brand Image to Customer Loyalty through Customer Satisfaction in OPPO Smartphone Users in Surabaya.

The analysis technique used in sampling in this study is non probability sampling by purposive sampling. The sample used amounted to 170 respondents namely OPPO smartphone users in Surabaya. The data analysis technique used is Structural Equations Modeling (SEM) using the AMOS Analysis of Moment Structure program.

The results of the study prove that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, brand image has a positive and significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: product quality, service quality, brand image, customer satisfaction, customer loyalty.